



Case Study

Smart Shopping Kampagnen mit „Open Budget“





Seit über 35 Jahren ist Esska eine der besten Adressen für Industrie- und Betriebstechnik in ganz Europa.

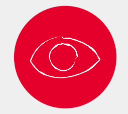
Bis Anfang des Jahres wurde der Onlineshop im Bereich Google Shopping mit einem monatlichen Budget von 10.000€ ausgesteuert. Damit stießen wir infolge der Umstellung auf Smart Shopping Ads schnell an unsere Grenzen: die CSR war niedrig, Umsätze hoch und das Budget bald zu knapp.

Langfristig sollte ein offenes Budget mit der Vorgabe etabliert werden, die CSR unter 30% zu halten, um letztlich das Potential des Kunden vollständig auszuschöpfen.

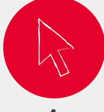
Strategie und Umsetzung

In Google Shopping wurde schrittweise das Tagesbudget bis zu einer Grenze von 30.000€ Monatsausgaben angehoben. Das besondere war die Aussteuerung rein über Smart Shopping Ads – also ohne manuelles Bidding. Die Smart Shopping Kampagne ging bereits im November 2018 live und zeigte schnell recht erfreuliche Ergebnisse im Rahmen der 10.000€ Budgetgrenzen, sodass bereits im Februar eine Budgeterhöhung auf 15.000€ erfolgte. Dieses Niveau wurde bis einschließlich Mai gehalten. Seit Juni wurde das Budget dann sukzessive auf nunmehr ca. 30.000€ Invest hochgefahren, währenddessen die Steuerung der Kampagne über das Heben und Senken des TROAS erfolgt ist.

Ergebnis*



+220% Impressionen



+140% Klicks



+205% Verkäufe



+240% Umsatz

*Gesamtbetrachtung Februar bis August 2019:
Bei einem Mehrinvest von 160% und 25% besserem KUV.

„hurra.com™ lieferte eine ausgeklügelte Strategie und Umsetzung, und zeigte Expertise in sämtlichen Bereichen von SEA bis Mobile Ads. Die Ergebnisse waren hervorragend. Erneut kann die langjährige Zusammenarbeit mit hurra.com™ als sehr erfolgreich verbucht werden!“

Fabian Haustein
CEO, ESSKA.de GmbH

Hurra Communications GmbH
Wollgrasweg 27
D-70599 Stuttgart

Tel: +49 711 459994-0
Fax: +49 711 459994-10
info@hurra.com
www.hurra.com